

GIAO THÔNG VẬN TẢI

Thúc đẩy logistics thương mại phát triển

NGUYỄN TƯƠNG

Logistics thương mại là chìa khoá cho việc nâng cao năng lực cạnh tranh của thương mại nói riêng và cả nền kinh tế nói chung. Hoạt động vận tải, đặc biệt là vận tải đa phương thức, đóng một vai trò quan trọng trong các hoạt động logistics thương mại. Ở nước ta khi mà logistics thương mại đứng thứ 53 trên 155 nước nghiên cứu (1) và thứ 5 trong khu vực ASEAN thì hoạt động vận tải có tính quyết định trong việc phát triển ngành dịch vụ logistics. Nâng cao chất lượng dịch vụ và giảm chi phí logistics là yêu cầu cấp bách của ngành dịch vụ logistics nước ta hiện nay. Theo thống kê của các nước, chi phí logistics thương mại bao gồm chi phí vận tải (Transport costs), chi phí tồn kho (Inventory costs) và phí quản lý (Administration costs).

Chi phí vận tải (Transport Costs) chiếm phần chính trong chi phí logistics. Ví dụ của Thái Lan năm 2006, chi phí vận tải là 49% (2), của Hoa Kỳ năm 2011 là 62,8% (3), của Việt Nam khoảng 60% (4). Vận tải là hoạt động kinh tế quan trọng nhất trong các hoạt động logistics. Khoảng 1/3 đến 2/3 chi phí logistics của doanh nghiệp là chi phí vận tải (5). Chính vì vậy, việc cắt giảm chi phí vận tải có tầm quan trọng trong việc cắt giảm chi phí logistics và phát triển các dịch vụ logistics trong lĩnh vực GTVT có ý nghĩa quan trọng trong việc thúc đẩy phát triển logistics thương mại ở nước ta.

Tổng chi phí vận tải bao gồm chi phí vận tải ban đầu (chi phí vận chuyển hàng hóa thành phẩm từ nhà máy và các nhà bán buôn đến kho chứa hàng) và chi phí vận tải sau đó (chi phí vận chuyển hàng thành phẩm tới tay người tiêu dùng). Chi phí vận tải trong chi phí logistics thương mại bao gồm tổng chi phí của người chuyên chở của

các phương thức vận tải, gồm vận tải đường bộ, đường sắt, đường thủy, đường ống, vận tải nội địa và vận tải quốc tế hàng hóa bằng đường không cũng như các chi phí giao nhận và chi phí có liên quan đến người gửi hàng (xếp dỡ phương tiện vận tải và hoạt động của bộ phận giao thông) (6).

Để GTVT thúc đẩy logistics thương mại của Việt Nam phát triển cần thực hiện tốt các giải pháp sau đây:

1. Về quản lý: Cần hoàn thiện và thực hiện đầy đủ các luật và văn bản dưới luật của ngành GTVT. Hiện nay, ngành GTVT có Bộ luật Hàng hải Việt Nam, Luật Hàng không dân dụng Việt Nam, Luật Giao thông đường bộ, Luật Giao thông đường thủy nội địa Việt Nam và Luật Đường sắt Việt Nam, và có các Nghị định có liên quan, trong đó nổi bật là Nghị định về Vận tải đa phương thức số 87/NĐ-CP ngày 19/10/2009 và 89/2011/NĐ-CP ngày 10/10/2011. Các văn bản pháp luật này điều chỉnh các hoạt động logistics liên quan đến vận tải. Ngoài ra, còn có các điều ước quốc tế về GTVT mà Việt Nam ký kết hoặc tham gia, như các Hiệp định ASEAN, Hiệp định các nước tiểu vùng Mê Kông mở rộng, hiệp định song biên và đa biên với các nước láng giềng trong lĩnh vực vận tải đa phương thức, vận tải quá cảnh, vận tải qua biên giới. Bên cạnh đó là các cam kết trong WTO và ASEAN về dịch vụ GTVT. Các Hiệp định và cam kết này cần được phổ biến và hướng dẫn kịp thời tới các doanh nghiệp GTVT và các nhà cung cấp dịch vụ logistics của Việt Nam và nước ngoài đang hoạt động ở nước ta nhằm tạo thuận lợi cho các doanh nghiệp trong việc thực hiện và mang lại lợi thế kinh doanh. Nghị định về vận tải đa phương thức

cũng cần được xem xét sửa đổi cho phù hợp với điều kiện kinh doanh vận tải hiện nay. Các chính sách phát triển vận tải và kết cấu hạ tầng GTVT cần có ý kiến đóng góp của các doanh nghiệp vận tải và cung cấp dịch vụ logistics. Việc thường xuyên kiểm tra sau cấp phép, nổi bật là vận tải đa phương thức, cần được tiến hành nghiêm túc.

2. Về phát triển kết cấu hạ tầng GTVT đồng bộ, tận dụng kết cấu hạ tầng hiện có kết hợp với phát triển mới trên cơ sở nhận định “Việt Nam đã đầu tư công rất lớn vào hạ tầng cơ sở. Tuy vậy, hạ tầng liên quan đến thương mại vẫn chưa theo kịp tốc độ tăng trưởng của xuất khẩu. Từ góc độ năng lực cạnh tranh thương mại, tiềm năng tăng trưởng của Việt Nam đang bị hạn chế nghiêm trọng bởi hạ tầng và kết nối giao thông yếu kém. Trong số các vấn đề cản trở cần phải kể đến các hành lang giao thông hạn chế trong kết nối các trung tâm tăng trưởng với các cửa ngõ quốc tế, chi phí vận tải cao, chất lượng dịch vụ vận tải và logistics thấp”, Ngân hàng Thế giới (WB) đã đưa ra một trong ba trụ cột khuyến nghị về chính sách với Chính phủ Việt Nam là “Hạ tầng giao thông và dịch vụ logistics - Trụ cột thứ nhất” (7). Trong kết cấu hạ tầng giao thông có hạ tầng đường bộ và cảng biển, đóng một vai trò hết sức quan trọng trong việc phát triển các dịch vụ logistics thương mại vì hiện nay khoảng 75% hàng hoá lưu chuyển Bắc - Nam được chuyên chở bằng đường bộ và khoảng 90% hàng hoá xuất nhập của Việt Nam được tiến hành thông qua đường biển. Để phát huy công suất của cảng biển, nhất là các cảng khu vực Cái Mép - Thị Vải, cần nhanh chóng hoàn thiện đường nối với các

cảng, giải quyết tốt khâu hậu cần sau cảng, và cải thiện tuyến đường sông nhằm tạo thuận lợi cho việc chuyên chở hàng hoá vào ra cảng được kịp thời với giá thành thấp, qua đó góp phần vào việc nâng cao năng lực cạnh tranh của hàng hoá xuất nhập khẩu. Đây cũng là cách tốt nhất để tận dụng hết khả năng và phát huy ngay kết cấu hạ tầng giao thông hiện có.

3. Về phát triển vận tải đồng bộ, đặc biệt là vận tải đa phương thức, kết hợp vận tải với an toàn giao thông. Hiện nay, chưa có sự phối hợp đồng bộ giữa 5 phương thức vận tải dưới sự quản lý của Bộ GTVT. Chính vì vậy, vận tải đa phương thức chưa được phát triển ở nước ta, kéo theo đó là sự hạn chế logistics thương mại phát triển. Nghiên cứu áp dụng các giải pháp giúp nâng cao năng lực vận tải, giảm chi phí vận tải đi đôi với an toàn giao thông, nhất là giao thông đường bộ, như giải pháp xem xét khuyến khích vận tải container Bắc - Nam bằng tàu ro-ro... Đồng thời, hỗ trợ phát triển các doanh nghiệp vận tải đủ năng lực đáp ứng các yêu cầu vận tải nội địa và quốc tế (biển, bộ, sắt, sông và hàng không) của logistics thương mại.

TỔNG CÔNG TY TƯ VẤN...

(Tiếp theo trang 85)

giữa các doanh nghiệp nói chung và các doanh nghiệp giao thông nói riêng, TEDI đã xây dựng chiến lược cạnh tranh mang bản sắc riêng nhưng vẫn đảm bảo những nguyên tắc trên thương trường: Lựa chọn và duy trì vững chắc phân khúc thị trường truyền thống với sự tăng cường sáng tạo sản phẩm, dịch vụ độc đáo, chất lượng cao, đáp ứng được kỳ vọng của khách hàng. TEDI cạnh tranh với những đối thủ trực tiếp thông qua sự khác biệt về chất lượng sản phẩm và phương thức cung cấp dịch vụ để tạo ra giá trị gia tăng cao hơn cho khách hàng. Một yếu tố tính then chốt là luôn duy trì sức mạnh nội tại của Tổng Công ty để đảm bảo chất lượng sản phẩm vượt trội, chiếm lĩnh vị trí hàng đầu trong thị trường dịch vụ tư vấn trong nước và phát triển ra thị trường nước ngoài bằng các chiến

4. Về phát huy vai trò của các hiệp hội ngành nghề. Hiện nay, ở nước ta đã thành lập các hiệp hội ngành nghề có liên quan tới GTVT và logistics thương mại. Các hiệp hội ngành nghề chính bao gồm Hiệp hội doanh nghiệp dịch vụ logistics (VLA), Hiệp hội cảng biển Việt Nam (VPA), Hiệp hội chủ tàu Việt Nam, Hiệp hội Đại lý môi giới Hàng hải Việt Nam, Hiệp hội Vận tải ô tô Việt Nam... Các hiệp hội ngành nghề có tiếng nói quyết định trong việc phát triển dịch vụ logistics thương mại ở nước ta. Tuy nhiên, các hiệp hội này chưa có cơ quan nhà nước chỉ đạo thống nhất và hoạt động chưa kết nối với nhau cũng như chưa có sự phối hợp chặt chẽ với Bộ GTVT. Việc liên kết các hiệp hội này để các hiệp hội có thể có tiếng nói đại diện cho các doanh nghiệp dịch vụ với nhà nước trong sản xuất kinh doanh cũng như trong việc tư vấn hình thành chính sách phát triển GTVT nói riêng và logistics thương mại nói chung.

5. Thực hiện các khuyến nghị trong Đề án “Phát triển dịch vụ logistics trong lĩnh vực GTVT Việt Nam đến năm 2020” của Bộ GTVT. Nếu Đề án này được thực

hiện một cách nghiêm túc và hiệu quả sẽ góp phần tích cực của ngành GTVT vào việc thúc đẩy logistics thương mại của nước ta phát triển, phục vụ kịp thời cho việc nâng cao năng lực cạnh tranh của thương mại và nền kinh tế nước ta □

hiện một cách nghiêm túc và hiệu quả sẽ góp phần tích cực của ngành GTVT vào việc thúc đẩy logistics thương mại của nước ta phát triển, phục vụ kịp thời cho việc nâng cao năng lực cạnh tranh của thương mại và nền kinh tế nước ta □

lược cạnh tranh. Khi nền kinh tế trong nước và thế giới vẫn đang trong giai đoạn khó khăn, nhiều công trình giao thông đang bị đình hoãn, giãn, giảm đã ảnh hưởng không nhỏ đến hoạt động SXKD, TEDI đã chủ động, linh hoạt đưa ra những giải pháp nhằm khắc phục khó khăn và hướng tới sự phát triển bền vững:

Đối với khách hàng, TEDI tập trung mọi nguồn lực cho các phân khúc thị trường mục tiêu là thị trường quy mô lớn; từng bước tiếp cận và phát triển hoạt động tại các thị trường quốc tế, trước mắt là thị trường dịch vụ tư vấn tại các quốc gia Đông Nam Á; liên doanh, liên kết với các cơ sở nghiên cứu, nhà cung cấp nước ngoài để từng bước xây dựng, phát triển thị trường về chuyển giao, ứng dụng công nghệ mới trong xây dựng kết cấu hạ tầng.

Với giá cả, TEDI luôn giành cho khách hàng mức giá thành cạnh tranh để tạo ưu thế thắng thầu.

Hiện nay, các hiệp hội này chưa có cơ quan nhà nước chỉ đạo thống nhất và hoạt động chưa kết nối với nhau cũng như chưa có sự phối hợp chặt chẽ với Bộ GTVT. Việc liên kết các hiệp hội này để các hiệp hội có thể có tiếng nói đại diện cho các doanh nghiệp dịch vụ với nhà nước trong sản xuất kinh doanh cũng như trong việc tư vấn hình thành chính sách phát triển GTVT nói riêng và logistics thương mại nói chung.

Tài liệu tham khảo

- [1]. WB Report on LPI, 2012.
- [2]. Kriensak Rabiwongse, Director, Transport Planning Division, Office of the Prime Minister, Thai Lan - *Multimodal Transport as a mean to enhance national competitiveness*, National Workshop on Multimodal Transport Operations, Ha Noi 14-18/3/2011.
- [3]. Nguyễn Hoài, *Báo cáo Logistics Liên bang Mỹ 2012*, Vietnam Shipper, 9/2012, pp.32.
- [4]. *Chuyên nghiệp hóa logistics để giảm phí*, VIFFAS On line, 21/12/2012.
- [5]. *The Role of Transportation in Logistics Chain - Proceedings of the Eastern Asia Society for Transportation Study*, Vo.5, pp. 1657, 1672- 2005.
- [6]. *Tạo thuận lợi thương mại, Tạo giá trị và nâng cao năng lực cạnh tranh, Gợi ý chính sách cho tầng trưởng Việt Nam, WB Việt Nam*, tháng 7/2013.

Tiếp đến, vấn đề xây dựng thương hiệu là một hoạt động thường xuyên, liên tục và mang tính chiến lược của TEDI: Kiểm soát về tiêu chuẩn, chất lượng, giá cả đối với sản phẩm dịch vụ; duy trì hoạt động hỗ trợ quản lý và phát triển thương hiệu giữa công ty mẹ và các công ty thành viên; mở rộng quan hệ với các đối tác trong và ngoài nước nhằm xúc tiến dự án, tiếp nhận KHKT mới và xuất khẩu dịch vụ ra nước ngoài...

Bằng những nỗ lực không ngừng trong thời gian qua, định hướng phát triển của Tổng Công ty là phấn đấu trở thành một Hãng tư vấn hàng đầu của Việt Nam, đạt trình độ ngang tầm khu vực và bắt nhịp với quốc tế. Phát huy thành tựu KHCN trong suốt 52 năm qua, TEDI tiếp tục đẩy mạnh ứng dụng tiến bộ KHCN trong công việc tư vấn, khảo sát thiết kế nhằm đi tắt đón đầu, phát triển nhanh và mạnh mẽ trong nền kinh tế thị trường định hướng XHCN và hội nhập quốc tế □